

Marie Claire: Nuevos horizontes, nueva estructura

Marie Claire, la empresa especialista en pantis, calcetines y moda íntima, avanza decidida en su plan estratégico, con dos líneas claras de actuación

Marie Claire, la empresa especialista en pantis, calcetines y moda íntima, avanza decidida en su plan estratégico, con dos líneas claras de actuación. La primera, reactivar la actividad industrial en Villafranca del Cid, siendo necesario para ello, optimizar los procesos productivos, reunificando los equipos en sus instalaciones para ganar en flexibilidad y servicio para dar repuesta al dinamismo del mercado y nuevas necesidades de los clientes. Siempre manteniendo la esencia de continuar diseñando y fabricando producto de calidad "Made in Spain", que le permita volver a ser un referente en el mercado español. Y la segunda, continuar con su proceso de internacionalización, que marcará el futuro de la compañía.

LA FABRICANTA

Con este objetivo de reactivar y potenciar la manufactura en Villafranca del Cid, así como el de trabajar en local y contribuir a que toda una comarca de la España despoblada siga activa, la dirección de la empresa, liderada por Álvaro Bordils ha decidido reunificar a su equipo productivo y ha creado una nueva marca comercial para poder exponer al mundo la capacidad y flexibilidad de un nuevo centro productivo, prescindiendo del centro logístico que hasta la fecha tenían en Borriol. Así se lo ha comunicado al comité de empresa, informándoles del traslado hacía el corazón de la empresa, donde se reunificarán todos los procesos en una sola planta, ganando en flexibilidad, acortando los tiempos de producción y entrega, para mejorar la atención al cliente. Se ha decidido bautizar la fábrica de Marie Claire de Villafranca del Cid, tras más de 110 años de historia, con el nombre comercial de "La Fabricanta", en honor a su fundadora.

En sus más de 58.000 metros cuadrados ubicados en la comarca de Els Ports, en Castellón, "La Fabricanta" marca una nueva etapa en la que apuesta por optimizar su capacidad productiva (actualmente cifrada en 72 millones de medias anuales, 24M. de calcetines, 1M. de prendas interiores...), aprovechar el expertise y saber hacer de sus trabajadores, que es una de sus principales fortalezas, y divulgar su capacidad de innovación. En ella, se desarrollarán todas las etapas del proceso productivo propias del sector textil, desde el diseño de colecciones hasta la fabricación y entrega del producto, tanto para la propia marca de la compañía como para terceros.

Será capaz de realizar tanto fabricación a gran escala como tiradas cortas, que le permitan posicionarse como proveedor de cercanía para socios comerciales que quieran desarrollar allí sus colecciones. "Bautizar a nuestra fábrica como "La fabricanta" es un homenaje a Francisca Íñigo, fundadora de la empresa y, además, responde a nuestra realidad actual, en la que queremos que sirva de centro productivo para otros actores en el mundo textil convirtiéndonos en un fabricante de cercanía, adaptados a la nueva realidad y con la calidad que nos caracteriza", según declaraciones de Bordils, CEO de la empresa. En "La Fabricanta", se ha modificado su layout para poder atender a las necesidades actuales del mercado. Marie Claire será una vez más pionera en el sector, pues tras unificar en una sola área las tejedurías de medias, calcetines y Seamless, se convertirá en la única planta a nivel mundial en tener juntas estas tecnologías, siendo así un modelo de flexibilidad y adaptación dentro del sector. Esto, unido a la verticalización completa de la planta, que incluye sus

propias hilaturas, tejeduría, confección, tinte y acabados, junto a un nivel de robotización y automatización máximo, basado en desarrollos propios de maquinaria.....harán de “La Fabricanta” un caso único, y un ejemplo de competitividad que permitirá ofrecer un amplio catálogo de productos, compuesto por pantis, medias, calcetines, ropa íntima, interiores, combinaciones, ropa compresiva y deportiva, línea medicinal compresiva, y línea de material hospitalario textil.

Este portfolio se podrá adaptar según los requerimientos del cliente, ofreciendo siempre productos de excelente calidad y durabilidad asegurada para colaborar con un consumo consciente, respetuoso y lo más sostenible posible. Un ejemplo, en definitiva, de cómo conseguir que una marca sea referente tanto a nivel nacional e internacional y seguir siendo fiel a su origen. En cierto modo, Marie Claire se ha convertido en un eje central para la economía de esta región, una inspiración para que otras zonas despobladas del interior del país apuesten también por el talento y la manufacturación local. El segundo hito en el que la empresa está involucrada actualmente, clave para su desarrollo económico, es la expansión internacional. Ya presente desde 1996 en casi una decena de países europeos, se marcan nuevas líneas de crecimiento en países clave para la expansión de Marie Claire, tanto en los canales habituales de comercialización de su gama de producto como en el canal digital y los marketplaces de mayor consumo internacional.

MARIE CLAIRE, líder y referente para el mercado español en pantis, medias, calcetines, baño y ropa íntima gracias a su calidad, diseño, innovación y a la confianza de sus clientes.
MÁS DE 100 AÑOS DE HISTORIA

Datos de contacto:

Kimomi PR & Communications Consultant Agency
91 159 38 99

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Moda](#) [Marketing](#) [Sociedad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>